ON05887

ONTARIO

Evaluation and Project Research | **Recherche et évaluation**

- ***TÉLÉTHON 24 sur 36***

- Évaluation sommative

AUTHOR / AUTEUR(E) ■ Hélène Pedneault

NUMBER / NUMÉRO ■ 1-1991-1992

DATE ■ August 1991

ON05887

ONTARIO

Evaluation and Project Research | **Recherche et évaluation**

- ***TÉLÉTHON 24 sur 36***

- Évaluation sommative

AUTHOR / AUTEUR(E) ■ Hélène Pedneault

NUMBER / NUMÉRO ■ 1-1991-1992

DATE ■ August 1991

93-00322/

TÉLÉTHON 24 sur 36

Évaluation sommative

préparée par Hélène Pedneault, chef de projet
avec la collaboration de Maryvonne Legé, coordonnatrice de recherche

Août 1991

Rapport nº 1-1991-1992

Directrice du Service de recherche et d'évaluation : Olga Kuplowska
© The Ontario Educational Communications Authority, 1991

Abrégé n^{o} 1-1991-1992

TÉLÉTHON 24 sur 36
Évaluation sommative

préparée par Hélène Pedneault, chef de projet
avec la collaboration de Maryvonne Legé, coordonnatrice de recherche

(TVOntario, Service de recherche et d'évaluation, rapport n^{o} 1-1991-1992, 30 pages)

Les 1er et 2 mars 1991, La Chaîne de TVOntario présentait à ses téléspectateurs un téléthon d'une durée de 24 heures (deux émissions de 12 heures chacune), diffusé en direct de ses studios. Cet événement visait principalement à recueillir des fonds auprès des francophones et francophiles de la province, particuliers et organismes. Selon les concepteurs du téléthon, cette formule avait également l'avantage de mobiliser la population francophone de façon intense et donc de créer un impact dans la francophonie ontarienne.

Le téléthon lui-même présentait à la fois des segments en direct et d'autres préenregistrés. De plus, la programmation régulière de La Chaîne était remplacée par quelques extraits des meilleures émissions diffusées à La Chaîne. Des téléphonistes bénévoles recueillaient les dons des téléspectateurs.

Pendant les six mois précédant la diffusion du téléthon, la Section des conseils consultatifs du Service des relations auprès de la population avait sollicité les organismes ontariens d'organiser des activités de levée de fonds, dont quelques-unes étaient présentées à l'écran pendant le téléthon.

Notons également que, pendant la journée du dimanche, un « simili-téléthon », composé d'un montage télévisuel des meilleurs moments des deux jours précédents, donc entièrement préenregistré, était présenté sur les ondes de la chaîne anglaise de TVOntario. Des téléphonistes bénévoles recevaient les appels des téléspectateurs.

Objectifs de l'étude

Le Service de recherche et d'évaluation a entrepris l'évaluation sommative du téléthon dans le but de répondre à certaines questions du Service des relations auprès de la population, responsable de la levée de fonds, et des Services de la programmation française de TVOntario, responsable de la production télévisuelle. Étant donné l'implication de nombreuses personnes, autant à TVOntario qu'à l'extérieur, il semblait important de recueillir les commentaires suscités par le téléthon et d'examiner de près les différentes étapes de l'organisation du téléthon et son impact dans la communauté francophone.

TVO
LA CHAÎNE

L'étude visait plus particulièrement à :

- recueillir des informations sur les différentes composantes du téléthon :
  composante télévisée : segments en direct, segments préenregistrés, animation, présentation de la programmation ;
  activités dans les localités : sollicitation, suivi auprès des organismes, choix des activités, vidéos / mini-reportages ;
- recueillir des commentaires sur la perception des objectifs visés par le téléthon ;
- préciser les impressions et les intentions futures des téléspectateurs et des différents organismes qui ont participé au téléthon ;
- examiner les raisons qui ont motivé les gens à participer financièrement ou autrement;
- recueillir des suggestions en vue d'améliorer un éventuel téléthon.

Méthodologie

Nous avons mené des entrevues téléphoniques auprès de 65 téléspectateurs ayant offert un don à La Chaîne, de 19 représentants d'organismes ayant participé au téléthon et de 20 téléphonistes bénévoles de l'extérieur. Nous avons également consulté certains membres du personnel de TVOntario : 8 bénévoles, 5 membres de l'équipe technique, certains responsables du téléthon (coordination, production, réalisation, animation, recrutement des bénévoles) et 2 membres du conseil consultatif francophone.

Conclusion

Le téléthon de La Chaîne visait plusieurs buts, lever des fonds bien sûr, mais aussi fidéliser et même élargir son public, faire connaître la programmation de La Chaîne et enfin créer un impact dans la communauté francophone ontarienne en permettant une meilleure connaissance de la communauté et des organismes franco-ontariens. Cette évaluation du téléthon a permis d'explorer l'impact du téléthon dans la communauté et le niveau de connaissance de La Chaîne par les téléspectateurs.

Il n'y a aucun doute, le premier téléthon de La Chaîne a été un succès dans l'esprit des personnes interviewées dans le cadre de cette évaluation. Autant chez les donateurs que chez les bénévoles et les différentes parties engagées dans l'organisation du téléthon, ce dernier a créé un enthousiasme certain et, fait à ne pas négliger, tous sont clairement intéressés à participer de nouveau à un prochain téléthon. On affirme mieux connaître la programmation de La Chaîne grâce à la présentation d'extraits d'émissions et également mieux connaître la communauté francophone dispersée aux quatre coins de la province. Il va sans dire qu'il y aura tout de même des modifications à apporter pour rendre un deuxième téléthon encore plus efficace. Alors que le premier semblait bâti sur la créativité et la spontanéité, le prochain devra plutôt miser sur une planification sûre afin de limiter les situations de panique et les décisions de dernière minute.

Certes les résultats suggèrent que le téléthon est viable comme véhicule de levée de fonds dans la communauté franco-ontarienne. Il faut cependant se rappeler que les avantages d'un téléthon et son impact à long terme dans la communauté ne pourront être examinés qu'après un deuxième téléthon.

Comme tout événement fondé en grande partie sur le bénévolat, on note certains problèmes : trop de travail pour trop peu de personnel, manque de temps, manque de planification. Le premier téléthon a créé des attentes chez les gens ; la nouveauté ne saura excuser les problèmes et les erreurs d'un deuxième téléthon.

Selon les répondants, ce téléthon était un téléthon d'adultes. Les jeunes, enfants et adolescents, y étaient peu présents. Étant donné que la programmation pour enfants attire une grande partie de notre clientèle et que ces derniers sont nos donateurs de demain, il serait important de faire plus de place à l'écran aux jeunes Franco-Ontariens.

Pour terminer, mais sans vouloir reprendre les suggestions incluses dans ce rapport, il semble important de réitérer certains points soulevés par les répondants.

- Donner plus de temps aux responsables des différentes composantes du téléthon afin qu'ils planifient mieux leurs activités, qu'ils mènent à bien leurs tâches et qu'ils évitent de devoir prendre des décisions trop rapides.

- Mieux encadrer les animateurs et les invités, en studio et au téléphone. S'assurer qu'ils aient assez d'information pour bien faire leur travail et être plus exact dans les limites de temps imposées.

- Inviter en studio des gens de tous les milieux : personnalités du monde des arts, des affaires, de la politique, de la communauté, etc. Les vedettes du monde de la télévision et des sports sont populaires. On veut voir ces gens s'engager et montrer publiquement leur appui à La Chaîne.

- Continuer à inclure les défis, les tirages et l'affichage électronique qui tous ont remporté un succès auprès des gens.

- Les primes, bien que suscitant peu de commentaires, semblent inciter certaines personnes à donner. La majorité des répondants pensent cependant que le prix à payer est trop élevé. La variété est intéressante : primes pour enfants, jeunes, adultes.

- Les donateurs estiment que la promotion est un élément crucial dans le succès d'un téléthon. Il semble donc important de revoir les méthodes de promotion du téléthon étant donné le peu de succès des affiches et des annonces dans les journaux et à la radio.

Abstract n° 1-1991-1992

TÉLÉTHON 24 sur 36
Summative Evaluation

Prepared by Hélène Pedneault, Project Manager
with the collaboration of Maryvonne Legé, Research Coordinator

(TVOntario, Evaluation and Project Research, Report n° 1-1991-1992, 30 pages)

On March 1 and 2, 1991, TVOntario's La Chaîne presented viewers with a 24-hour telethon (two 12-hour broadcasts) live from its studios. The main goal of this event was to raise funds from francophones and francophiles in the province, both individuals and organizations. Telethon organizers claimed another benefit of this approach was the rallying of the francophone population, thus creating an impact on Ontario francophones.

The telethon itself presented live as well as prerecorded segments. In addition, regular La Chaîne programming was replaced by a few highlights from the best programs broadcast by La Chaîne. Volunteers staffed telephones to take viewers' pledges.

In the six months leading up to the telethon, the advisory councils of the Community Development and Liaison sector urged Ontario organizations to hold fund-raising activities, some of which were broadcast during the telethon.

It should also be noted that on Sunday a simulated telethon consisting of a television montage of highlights from the two previous days (thus, entirely prerecorded) was broadcast on the TVOntario English-language network. Volunteers again took viewers' pledges by telephone.

Purpose of the Study

Evaluation and Project Research conducted a summative evaluation of the telethon to answer some questions raised by the Community Development and Liaison sector, responsible for fund-raising, and TVOntario French Programming Services, responsible for television production. Given the involvement of many people at TVOntario and from outside, it was considered important to compile comments generated by the telethon and its impact in the francophone community. The study was specifically designed to:

- gather information on the various components of the telethon:
  televised component: live segments, prerecorded segments, host segments, presentation of programming;
  community activities: fund-raising, follow-up with organizations, choice of activities, videos/minireports;
- gather comments on the perception of the telethon's objectives;
- detail the impressions and future intentions of viewers and the various organizations that participated in the telethon;
- examine the factors that motivated people to participate financially or otherwise;
- gather suggestions to improve any future telethons.

Methodology

We conducted telephone interviews with 65 viewers who made a pledge to La Chaîne, 19 representatives of organizations that participated in the telethon, and 20 outside volunteers who staffed the telephones. We also consulted some members of TVOntario's staff: eight volunteers, five members of the technical crew, certain telethon officials (coordinator, producer, director, host, volunteer recruiter), and two members of the Francophone Advisory Committee.

Conclusion

The La Chaîne telethon had several goals, including fund-raising, of course, but also improving viewer loyalty and even expanding its audience, publicizing La Chaîne programming, and finally, creating an impact in the Ontario francophone community by fostering better knowledge of the community and Franco-Ontarian organizations. This evaluation of the telethon provided the opportunity to explore the telethon's impact in the community and the extent of viewers' knowledge of La Chaîne.

La Chaîne's first telethon was a success in the opinion of those interviewed in this evaluation. Donors, volunteers, and the various parties involved in organizing the telethon believed it created a definite enthusiasm, and, it should be noted, all are clearly interested in participating again in the next telethon. Respondents said they were more familiar with La Chaîne programming after viewing the program highlights and with the francophone community that's scattered across the province. Obviously, some changes will be necessary to make the second telethon even more effective. While the first appeared to rely on creativity and spontaneity, the next will require solid planning to limit crisis situations and last-minute decisions.

The results do suggest the telethon is viable as a fund-raising vehicle in the Franco-Ontarian community. It must be remembered, however, that the benefits of a telethon and its long-term impact in the community can only be examined after a second telethon.

As with any event heavily reliant on volunteers, some problems did arise: too much work for too few people, lack of time, lack of planning. The first telethon created expectations; novelty will be no excuse for problems and errors in a second telethon.

According to respondents, this telethon was for adults. There was little focus on young people, children and teens. Since children's programming draws a large part of La Chaîne's audience, and since these children are tomorrow's donors, young Franco-Ontarians should be given a larger role.

In summary, without attempting to repeat the suggestions contained in this report, some points raised by respondents merit repetition.

- Give those responsible for various telethon components more time to plan their activities better, properly complete their tasks, and avoid the need for hasty decisions.

- Provide better support for hosts and guests, in the studio and on the telephone. Ensure they have adequate information to properly perform their work and better respect established time limits.

- Invite people from all walks of life into the studio: dignitaries from the arts, business, politics, the community, etc. Television and sports stars are popular. Viewers want these people to make a commitment and publicly demonstrate their support for La Chaîne.

- Continue to include challenges, draws, and electronic displays, which all met with great success.

- Although premiums generated few comments, they appear to provide an incentive for donations. Most respondents, however, consider the price too high. The variety of premiums available for children, youth, and adults was appreciated.

- Donors believe promotion is a key element in the success of a telethon. A review of telethon promotion methods therefore seems important, given the poor results achieved by posters and advertisements in newspapers and on radio.

TABLE DE MATIÈRES

page

1. **INTRODUCTION** 1

2. **OBJECTIFS DE L'ÉTUDE** 1

3. **MÉTHODOLOGIE** 2

4. **DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLON** 3
   - 4.1. Donateurs 3
   - 4.2. Associations 5
   - 4.3. Bénévoles de l'extérieur 5
   - 4.4. Personnel de TVOntario 5

5. **ANALYSE DES RÉSULTATS** 6
   - 5.1. Appréciation générale du téléthon 6
   - 5.2. Écoute du téléthon 7
   - 5.3. Animatrice 8
   - 5.4. Coanimateurs 10
   - 5.5. Invités 11
   - 5.6. Extraits d'émissions 12
   - 5.7. Segments préenregistrés 13
   - 5.8. Affichage électronique 14
   - 5.9. Primes 15
   - 5.10. Motivation à participer 17
   - 5.11. Intentions futures 17
   - 5.12. Publicité 18
   - 5.13. Défis 20
   - 5.14. Tirages 20
   - 5.15. Spectacles 21

6. **SOUS-GROUPES PARTICULIERS** 22
   - 6.1. Téléphonistes bénévoles - extérieur de TVOntario 22
   - 6.2. Recrutement des bénévoles 23
   - 6.3. Associations 24
   - 6.4. Équipe technique 26
   - 6.5. Conseil consultatif 27
   - 6.6. Coordination des activités communautaires 28

7. **CONCLUSION** 29

1. INTRODUCTION

Les 1er et 2 mars 1991, La Chaîne de TVOntario présentait à ses téléspectateurs un téléthon d'une durée de 24 heures (deux émissions de 12 heures chacune), diffusé en direct de ses studios. Cet événement visait principalement à recueillir des fonds auprès des francophones et francophiles de la province, particuliers et organismes. Selon les concepteurs du téléthon, cette formule avait également l'avantage de mobiliser la population francophone de façon intense et donc de créer un impact dans la francophonie ontarienne.

Le téléthon lui-même comportait deux volets : une partie en direct, animée par Jacqueline Pelletier, assistée de quelques animateurs de La Chaîne et de personnalités de l'Ontario français, ainsi qu'une partie préenregistrée présentant des témoignages et des mini-reportages tournés dans différentes localités de la province. De plus, la programmation habituelle de La Chaîne était supprimée et remplacée par des extraits (durée moyenne d'environ dix minutes) des meilleures émissions diffusées à La Chaîne. Des téléphonistes bénévoles, recrutés dans la population et à TVOntario, étaient présents à l'écran pendant toute la durée du téléthon pour recueillir les dons des téléspectateurs.

Pendant les six mois précédant la diffusion du téléthon, la Section des conseils consultatifs, attachée au Service des relations auprès de la population, avait sollicité les organismes ontariens d'organiser des activités de levée de fonds pour La Chaîne. Les résultats de ces activités étaient présentés à l'écran pendant le téléthon, dans certains segments en direct et dans les segments préenregistrés.

Notons également que, pendant la journée du dimanche, un « simili-téléthon », composé d'un montage télévisuel des meilleurs moments des deux jours précédents, donc entièrement préenregistré, était présenté sur les ondes de la chaîne anglaise de TVOntario. Des téléphonistes bénévoles recevaient les appels des téléspectateurs.

2. OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

Le Service de recherche et d'évaluation a entrepris l'évaluation sommative du téléthon dans le but de répondre à certaines questions que se posaient le Service des relations auprès de la population, responsable de la levée de fonds, et les Services de la programmation française de TVOntario, responsable de la production télévisuelle. Étant donné l'implication de nombreuses personnes, autant à TVOntario qu'à l'extérieur, il semblait important de recueillir les commentaires suscités par le téléthon et d'examiner de près les différentes étapes de l'organisation du téléthon et son impact dans la communauté francophone.

L'étude visait plus particulièrement à :

- recueillir des informations sur les différentes composantes du téléthon :
  composante télévisée : segments en direct, segments préenregistrés, animation, présentation de la programmation ;
  activités dans les localités : sollicitation, suivi auprès des organismes, choix des activités, vidéos / mini-reportages ;
- recueillir des commentaires sur la perception des objectifs visés par le téléthon ;
- préciser les impressions et les intentions futures des téléspectateurs et des différents organismes qui ont participé au téléthon ;
- examiner les raisons qui ont motivé les gens à participer financièrement ou autrement ;
- recueillir des suggestions en vue d'améliorer un éventuel téléthon.

3. MÉTHODOLOGIE

Cette étude était divisée en plusieurs volets :

- entrevues téléphoniques avec des téléspectateurs ayant offert un don à La Chaîne ;
- entrevues téléphoniques avec des représentants d'organismes ayant participé au téléthon ;
- entrevues téléphoniques auprès de téléphonistes bénévoles de l'extérieur de TVOntario qui ont participé au téléthon ;
- entrevues téléphoniques auprès de membres du conseil consultatif de TVOntario ;
- discussion de groupe avec des bénévoles de TVOntario qui ont participé au téléthon ;
- discussion de groupe avec des membres de l'équipe technique de TVOntario attachée à la production du téléthon ;
- entrevues individuelles avec certains responsables du téléthon (coordination, production, réalisation, animation).

Les questionnaires et protocoles d'entrevue ont été préparés en fonction des tâches de chacun et, selon les personnes interviewées, touchaient certains des éléments suivants :

- appréciation générale du téléthon ;
- réactions aux segments en direct du téléthon ;
- réactions aux segments préenregistrés du téléthon ;
- écoute du téléthon ;
- déroulement du téléthon (organisation) ;
- réactions aux changements à la programmation habituelle de La Chaîne ;
- motivation à participer ;
- intentions futures des téléspectateurs-donateurs ;
- intentions futures des particuliers et organismes participants ;
- suggestions aux fins d'amélioration.

- motivation à participer ;
- intentions futures des téléspectateurs-donateurs ;
- intentions futures des particuliers et organismes participants ;
- suggestions aux fins d'amélioration.

Les participants à chaque volet de l'évaluation ont été recrutés à partir des listes mises à notre disposition par les différents services responsables : liste des membres de l'équipe technique et des responsables du téléthon, liste des bénévoles à TVOntario et à l'extérieur, liste des donateurs et liste des organismes communautaires participants. Notons que l'évaluation a été menée environ un mois après la diffusion du téléthon.

4. DESCRIPTION DE L'ÉCHANTILLON

Au total, nous avons interviewé plus de 125 personnes :

65 donateurs 19 représentants d'organismes 20 téléphonistes bénévoles	de l'extérieur
8 bénévoles 5 membres de l'équipe technique 2 membres du conseil consultatif francophone quelques responsables du téléthon	de TVOntario

4.1. DONATEURS

Des entrevues téléphoniques ont été menées auprès de 65 personnes, choisies au hasard, qui ont offert un don à La Chaîne pendant le téléthon. L'échantillon représente 15 % des donateurs et respecte la distribution géographique de la totalité des donateurs. Ainsi, près du tiers de l'échantillon provient de l'Est de la province, un autre tiers provient du Nord de la province et l'autre tiers du Centre de l'Ontario, de la région métropolitaine de Toronto et du Sud-Ouest de la province. Le tableau qui suit décrit en détail l'échantillon. Notons pour résumer qu'il y a plus de femmes que d'hommes, qu'ils ont généralement plus de 35 ans, que près du tiers ont plus de 65 ans, qu'ils ont un niveau de scolarité assez élevé (39 % ont un diplôme universitaire) et des occupations variées.

En outre, les trois quarts ne parlent que le français à la maison, près de la moitié ont un revenu familial annuel brut de moins de 40 000 $. 45 % font partie d'une organisation ou d'un regroupement de francophones dans leur localité. La majorité sont mariés ou vivent en couple (65 %), et 29 % d'entre eux ont au moins un enfant de moins de 18 ans.

Tableau 1
Données sociodémographiques

Distribution géographique

	(%)	(n)
Est de l'Ontario	34	22
Nord de l'Ontario	31	20
Centre de l'Ontario	17	11
Toronto métropolitain	15	10
Sud-Ouest de l'Ontario	3	2
TOTAL	100	65

Sexe

	(%)	(n)
Femme	61	40
Homme	39	25

Catégorie d'âge

	(%)
Moins de 18 ans	–
De 18 à 24 ans	3
De 25 à 34 ans	13
De 35 à 44 ans	20
De 45 à 54 ans	16
De 55 à 64 ans	14
De 65 à 69 ans	17
70 ans et plus	17

Niveau de scolarité

	(%)
Palier primaire	19
Quelques années de secondaire	7
Diplôme secondaire	16
Quelques années de collège ou d'université	19
Diplôme universitaire	32
Études supérieures	7

Occupation

	(%)
À la retraite	34
Au foyer	12
Professionnel(le)	12
Services	11
Enseignant(e)	9
Technicien(ne)	8
Secrétariat	6
Autre	5
Sans réponse	3

Revenu annuel brut du foyer (n=53)

0 - 24 999 $	23
25 000 - 39 999 $	25
40 000 - 59 999 $	26
60 000 - 79 999 $	14
80 000 - 99 999 $	7
100 000 $ +	5

Langue(s) parlée(s) à la maison

	(%)
Français	75
Anglais	6
Français et anglais	17
Autre	2

Membre d'un regroupement de francophones dans leur localité

	(%)
Non	55
Oui	45

État civil

	(%)
Marié(e) ou en couple	65
Célibataire	19
Veuf(ve)	10
Séparé(e) / divorcé(e)	6

Parent ou tuteur d'enfants de moins de 18 ans

Oui	29
Non	71

4.2. ASSOCIATIONS

Des entrevues téléphoniques ont été menées auprès de 19 personnes responsables d'activités communautaires organisées dans le cadre du téléthon. La plupart proviennent de l'Est et du Nord de la province.

Tableau 2
Distribution géographique

	(n)	(%)
Est de l'Ontario	8	42
Nord de l'Ontario	7	37
Centre de l'Ontario	3	16
Sud-Ouest de l'Ontario	1	5
Toronto métropolitain	0	-----
TOTAL	19	100

4.3. BÉNÉVOLES DE L'EXTÉRIEUR

Pour compléter l'échantillon de l'extérieur, nous avons finalement interviewé 20 téléphonistes bénévoles, pour la plupart de Toronto et des environs.

4.4. PERSONNEL DE TVONTARIO

Nous avons mené des discussions de groupe avec 8 bénévoles de TVOntario et 5 membres de l'équipe technique attachée à la production du téléthon. Enfin, nous avons interviewé individuellement la coordonnatrice des activités dans les localités, la productrice, les deux réalisateurs ainsi que l'animatrice principale du téléthon, deux coanimateurs et les responsables du recrutement des bénévoles à TVOntario et à l'extérieur. Enfin, nous avons interviewé 2 membres du conseil consultatif francophone qui ont aidé la coordonnatrice à contacter les organismes communautaires de leur région.

5. ANALYSE DES RÉSULTATS

Pour éviter les répétitions, nous avons jugé opportun de regrouper les commentaires des différents groupes de répondants sous un certain nombre de rubriques. Les résultats spécifiques à certains groupes terminent cette section du rapport.

5.1. APPRÉCIATION GÉNÉRALE DU TÉLÉTHON

Rappelons tout d'abord que l'évaluation a été menée auprès de personnes qui ont participé activement au téléthon de La Chaîne, financièrement, en tant que bénévoles ou encore comme membres de l'équipe technique. Ces personnes ont « répondu à l'appel » et il est vraisemblable qu'elles aient un préjugé favorable face à La Chaîne et au téléthon. Leurs commentaires risquant de refléter ce préjugé, il faut donc interpréter les résultats avec prudence.

Alors que dans le cas de l'évaluation de la campagne de souscription publique de l'automne 1989 les répondants parlaient de « mal nécessaire », ici le ton est beaucoup plus enthousiaste ; on parle souvent de « réussite sans précédent » ou encore d'« événement à répéter ». Il est intéressant de noter que l'enthousiasme des répondants était encore très vif, et ce un mois après le téléthon ; leurs commentaires étaient donc moins spontanés, plus réfléchis.

Les commentaires relatifs à l'appréciation générale se regroupent en quatre catégories principales : l'atmosphère du téléthon, le sentiment d'appartenance à la communauté francophone, la levée de fonds en tant que telle et, enfin, La Chaîne elle-même et sa programmation.

<u>Atmosphère</u>
Les téléspectateurs à la maison autant que les personnes présentes dans le studio lors du téléthon ont mentionné l'atmosphère chaleureuse et évoqué l'enthousiasme qui régnait, l'esprit d'équipe, le dynamisme et l'engagement de chacun et chacune. Ils ont aussi noté la spontanéité et la puissance du direct par opposition au différé.

<u>Francophonie</u>
Toutes les personnes interviewées ont mentionné l'aspect d'appartenance à la communauté francophone si vibrant. On était fier d'être francophone, on se rendait compte, souvent pour la première fois, jusqu'à quel point la communauté francophone est présente partout dans la province. On parlait très souvent de grande famille. Cet aspect « familial » est revenu très souvent tout au long des entrevues.

<u>Levée de fonds</u>
Pour de très nombreux participants, le grand succès de cette levée de fonds est sans contredit les défis que se lançaient les différentes organisations ou certains particuliers. Le montant final récolté a été jugé encourageant par plusieurs répondants, mais tout à fait insuffisant par plusieurs téléspectateurs qui regardent à l'occasion d'autres téléthons qui, eux, réussissent à accumuler des montants très supérieurs.

La Chaîne

Le téléthon a donné l'occasion à plusieurs répondants de mieux connaître cette chaîne dont ils connaissent l'existence mais peu la programmation. Ils en sont fiers et sont plus que jamais convaincus de la nécessité de participer à son financement afin d'avoir à leur disposition une télévision ontarienne de langue française.

Les commentaires négatifs, car il y en a eu, sont souvent liés au manque de publicité du téléthon, à l'exagération perçue dans l'enthousiasme parfois « délirant » de certains animateurs, à l'impression de devoir « supplier » pour amasser des fonds et, chez les répondants de TVOntario, au manque de planification qui donnait l'impression que trop souvent les décisions étaient prises à la dernière minute, souvent dans un état de panique. Quelques répondants ont aussi déploré le fait qu'il y eût trop de « parlage » et pas assez de chansons et de musique. Une seule personne a mentionné la trop grande sobriété du décor.

5.2. ÉCOUTE DU TÉLÉTHON

La très grande majorité des donateurs interviewés avaient regardé une partie du téléthon à la télévision. Plus de la moitié avaient regardé le téléthon le samedi, bien que plusieurs l'aient aussi regardé le vendredi et le dimanche. Il est intéressant de noter que les gens qui l'ont regardé le dimanche étaient en bonne partie les téléspectateurs qui l'avaient regardé le samedi et qui voulaient continuer à vivre ces instants magiques, magie qui, nous le verrons plus loin, ne faisait plus vraiment partie du simili-téléthon du dimanche.

Vingt-six personnes, soit plus de 40 % des donateurs, ont regardé le télethon pendant plus de trois heures à la télévision : c'est dire qu'ils l'ont suivi de près. Les autres étaient à peu près également répartis entre une écoute de quelques minutes à environ deux heures. 60 % l'ont regardé à plusieurs, en général avec leur époux ou entre amis.

Les commentaires négatifs concernant les jours de diffusion du téléthon portent généralement sur la journée du dimanche, jour du simili-téléthon : ennuyeux, pas intéressant, pas accrocheur pour les téléspectateurs et, pour les téléphonistes bénévoles, temps perdu car les téléphones n'ont pas sonné. Certains ont suggéré de diffuser le téléthon en direct le dimanche également. Plusieurs ont critiqué le fait que le téléthon ait commencé le vendredi midi plutôt que le vendredi soir, puisque pendant l'après-midi les téléphones ne sonnaient pas et que les téléphonistes devaient « faire semblant » de répondre aux appels.

SUGGESTIONS

- Maximiser le potentiel de la journée du dimanche en faisant une publicité bien ciblée : les gens qui ne captent pas La Chaîne et les francophiles en particulier.
- Sans aller jusqu'à présenter en direct, essayer de rendre la journée du dimanche le plus interactive possible ; présenter si possible des émissions spéciales ou encore des reprises d'émissions à succès.
- Pour maximiser l'enthousiasme autant chez les téléspectateurs que chez les bénévoles, puisque l'après-midi est une période particulièrement calme, commencer la diffusion du téléthon plus tard, vers 18 heures, par exemple.

Tableau 3
Écoute du téléthon

Avez-vous regardé le téléthon à la télévision ?

	(%)
Oui	97
Non	3

Quel(s) jour(s) avez-vous regardé le téléthon ?

	(%)
Le vendredi 1er mars	26
Le samedi 2 mars	54
Le dimanche 3 mars	45

Pendant combien de temps avez-vous regardé le téléthon à la télé ?

	(%)
Quelques minutes à l'occasion	13
D'une demi-heure à une heure	16
D'une à deux heures	16
De deux à trois heures	14
Plus de trois heures	41

L'avez-vous regardé seul(e) ou avec d'autres ?

	(%)
Seul(e)	40
Avec d'autres	60

5.3. ANIMATRICE

La majorité des donateurs (82 %) se rappelaient l'animatrice du téléthon, bien que 41 % ne pouvaient se rappeler son nom. Parmi ceux qui se la rappelaient assez pour commenter, une seule personne trouvait que l'animatrice n'était pas bien choisie, alors que les autres la trouvaient très bien choisie (83 %) ou assez bien choisie (15 %). On la trouvait très convaincante, chaleureuse et naturelle.

Les commentaires relatifs à l'animatrice et à sa performance sont unanimes : Jacqueline Pelletier a su mener le téléthon de façon magistrale ; voici quelques qualificatifs utilisés pour la décrire : excellente, infatigable, crédible, souriante, sincère, dévouée à la cause, convaincante ; on apprécie son dynamisme, sa façon de parler naturelle et près des gens, sa capacité de montrer ses émotions et le fait qu'elle soit connue du public.

Les quelques commentaires négatifs sont liés à son « omniprésence » dans le téléthon, elle est toujours là, semble parfois fatiguée, parfois tendue, parfois agressive. On lui reproche également quelques écarts de langage et l'utilisation de quelques anglicismes. Enfin, certains ont critiqué le fait que, dans les entrevues, elle coupe parfois la parole aux gens de façon abrupte, bien qu'on comprenne qu'elle puisse difficilement faire autrement, étant donné le rythme rapide du téléthon.

Tableau 4
Réactions à l'animatrice

Vous rappelez-vous qui animait le téléthon ?

	(%)
Jacqueline Pelletier	41
Je me rappelle, mais son nom m'échappe	41
Je ne me rappelle pas qui animait	18

Que pensez-vous du choix de l'animatrice ? Diriez-vous qu'elle était... (N = 58)

	(%)
Très bien choisie	83
Plutôt bien choisie	15
Plutôt mal choisie	2
Très mal choisie	--

Diriez-vous que l'animatrice était... (N = 58)

	très	plutôt	pas vraiment	pas du tout
	(%)	(%)	(%)	(%)
Naturelle	89	7	4	--
Convaincante	93	5	2	--
Chaleureuse	93	5	2	--

L'animatrice, pendant une entrevue téléphonique, a soulevé quelques points qui méritent considération :

- elle s'estimait bien traitée : massage pendant les pauses, repas spéciaux ;
- elle aurait aimé avoir la possibilité de parler en ondes avec les téléspectateurs au téléphone, comme elle le fait dans l'émission *Le Lys et le Trillium* qu'elle anime ;
- elle estimait qu'il était important de prévoir les dates de production de façon à ne pas avoir à travailler les jours suivant immédiatement le téléthon ;
- elle aurait bénéficié d'informations supplémentaires : le nombre d'émetteurs en fonction, les régions de la province qui ne peuvent nous capter, etc. ;
- les « défis » spontanés lancés à l'occasion étaient pour elle un succès et une révélation ;

- il aurait peut-être été préférable de passer plus de temps avec les mêmes coanimateurs (deux heures au lieu d'une, par exemple) ;
- étant donné sa présence constante à l'écran pendant le téléthon, son énergie et celle des coanimateurs étaient parfois à des niveaux très différents : alors qu'elle était à son plus « haut », les autres n'étaient parfois pas encore « dedans ».

SUGGESTIONS

- Réutiliser les services de Jacqueline Pelletier ne serait certes pas une erreur ; cependant, si ce n'était pas possible, choisir un animateur ou une animatrice qui ait autant de charisme, soit relativement connu(e), ait une bonne connaissance de la communauté francophone en Ontario et ait de la crédibilité.
- Assurer des pauses suffisamment longues à l'animatrice ou à l'animateur.
- Continuer à commenter les choses au moment où elles se produisent : enfants qui téléphonent pour donner une partie de leurs économies, telle personne de telle région éloignée qui connaît Jacqueline : cela contribue à témoigner de la familiarité et de la chaleur qui rend madame Pelletier si attachante.
- Continuer à saluer les gens de différentes régions : les téléspectateurs semblent très sensibles à ce contact personnalisé.
- Préparer un dossier d'information à l'intention de l'animatrice ou de l'animateur.
- Dans la mesure du possible, prévoir une ou plusieurs rencontres entre l'animatrice et les coanimateurs avant la tenue du téléthon.

5.4. COANIMATEURS

En général, les coanimateurs ont créé une impression favorable chez les téléspectateurs : ils complètent bien le travail de l'animatrice et leur présence donne l'occasion de mieux les connaître et de les voir hors du contexte de leur série habituelle. Plusieurs ont cependant critiqué le ton suppliant de certains d'entre eux, qui à la longue devenait agaçant. On apprécie le talent d'improvisation de certains mais on note en même temps qu'il n'est pas à la portée de tous ; on aurait parfois préféré plus d'encadrement et ne pas entendre de leur bouche les discours dits « politiques », qui passent bien chez madame Pelletier qui a une certaine crédibilité, mais qui sonnent faux chez les jeunes coanimateurs qui l'accompagnent.

Les coanimateurs interviewés avouent avoir eu très peu de préparation. Ils devaient souvent parler de sujets ou d'émissions qu'ils connaissaient peu, devaient travailler sans cartons aide-mémoire et avaient peu d'expérience en direct . « Bourrage de crâne » a été utilisé à quelques reprises pour décrire la quantité d'informations que les coanimateurs devaient assimiler en quelques minutes. Plusieurs ne recevaient leurs instructions qu'à la dernière minute, ce qui créait un état de panique. Enfin, la présentation à l'écran des primes offertes aux donateurs était pour eux une tâche difficile, à laquelle ils étaient peu habitués.

SUGGESTIONS

- Continuer à utiliser les services de jeunes coanimateurs : cela ajoute un élément de jeunesse au téléthon qui n'est pas à négliger.
- Le travail de coanimateur en direct n'est pas des plus faciles mais il y a beaucoup de talents cachés à TVOntario ; quelques personnes ont suggéré de faire des auditions pour dénicher ces talents et de choisir les meilleurs coanimateurs.
- Éviter le ton suppliant, « délirant ».
- S'assurer que le discours des coanimateurs est compatible avec leur personnalité et leur crédibilité.
- Encadrer et préparer davantage les coanimateurs, : plus d'informations, des cartons aide-mémoire ; une fiche par émission serait très utile.
- L'improvisation peut ajouter une note naturelle intéressante mais ne passe bien que chez ceux qui y excellent, ce qui n'est pas tout le monde.
- Les coanimateurs excellent lorsqu'ils parlent de choses qu'ils connaissent ; ne pas hésiter à leur demander de raconter anecdotes et détails « croustillants ».
- Il serait probablement intéressant de former une équipe spéciale pour la présentation des primes : leur montrer certaines techniques d'approche, à l'occasion d'un séminaire par exemple.

5.5. INVITÉS

Les invités créaient une heureuse diversion dans le déroulement du téléthon. On a bien aimé voir des gens de la communauté francophone. Leurs témoignages étaient sincères et incitaient généralement les téléspectateurs à participer. On a apprécié la présence du joueur de hockey des Maple Leafs de Toronto, qui amenait une note de surprise. On a cependant noté qu'on n'avait pas vraiment su exploiter à fond cette visite.

Les invités en studio interviewés ont apprécié l'expérience mais ont fait remarquer qu'ils auraient préféré savoir à l'avance ce qui les attendait ; ils ont également mentionné qu'ils auraient aimé participer davantage au téléthon, répondre au téléphone par exemple. Certains étaient venus d'assez loin et avaient même dû annuler des activités pour venir parler en ondes quelques minutes. On les a ensuite tout simplement remerciés, gentiment mais fermement. On ne leur a pas offert de repas avec les autres bénévoles.

Les personnalités interviewées au téléphone par l'animatrice ont dit avoir été très inquiètes, ne sachant pas à l'avance les questions qui leur seraient posées, ni quand elles leur seraient posées.

SUGGESTIONS

- Bien qu'il soit impossible de suggérer la combinaison gagnante, s'assurer d'inviter une gamme variée de personnes. En profiter pour explorer différentes avenues :
  - artistes francophones, chanteurs, comédiens, musiciens, etc.
  - vedettes de différents milieux, des sports en particulier
  - personnalités connues
  - gens de tous âges, de l'enfance à l'âge d'or
  - gens des différentes régions de la province
  - représentants d'associations, en mettant l'accent sur l'association plus que sur la personne
  - gens de la production : réalisateurs, recherchistes, assistants, etc.
  - dirigeants de TVOntario
- S'assurer, dans la mesure du possible, de choisir des invités qui passent bien à l'écran, qui sont naturels, à l'aise et convaincants.
- Invités en studio : les inviter à participer davantage au téléthon, ne pas les laisser tomber.
- Les informer à l'avance des questions, des tâches, de l'horaire, du repas, etc.
- Invités au téléphone : ils sont généralement peu habitués à des entrevues, essayer de limiter la période d'attente et s'assurer de leur reparler juste avant qu'ils ne passent en ondes.
- Assigner une personne qui ne s'occupera que des invités au téléphone.
- S'assurer qu'ils connaissent à l'avance les questions qui leur seront posées.

5.6. EXTRAITS D'ÉMISSIONS

La grande majorité des personnes interviewées ont aimé l'idée de présenter des extraits d'émissions plutôt que des émissions entières. Elles estiment que les extraits sont courts, intéressants et divertissants. Ils démontrent la variété et la qualité des émissions diffusées à l'antenne de La Chaîne. En outre, ils sont une excellente façon de faire connaître la programmation de La Chaîne ou des émissions que certains téléspectateurs ne regardent généralement pas ou dont ils ne soupçonnent même pas l'existence, le plus souvent les émissions pour enfants, les émissions de sciences ou d'actualités.

L'idée de présenter des extraits n'a cependant pas fait l'unanimité. Dans tous les groupes, certains ont trouvé les extraits ennuyeux, trop courts, peu représentatifs des séries et ils se demandent si les extraits ont retenu l'attention des téléspectateurs. Une personne a mentionné que pendant la présentation des extraits, elle en profitait pour « aller ailleurs ». Certaines personnes ont suggéré de diffuser des longs métrages, mais cette idée a été rejetée par la majorité des répondants.

SUGGESTIONS

- Choisir avec soin des extraits accrocheurs et intéressants qui retiennent l'attention des téléspectateurs. Ne pas oublier que plus la programmation de La Chaîne sera connue, moins la présentation d'extraits sera justifiée.
- Présenter les émissions pour enfants en entier, car les enfants ne comprendraient pas que leur émission favorite soit interrompue.
- Présenter une émission spéciale pour attirer les téléspectateurs.
- Demander le concours des divers services de la programmation française pour choisir les extraits de leurs séries respectives.

5.7. SEGMENTS PRÉENREGISTRÉS (dans les localités de la province)

Les segments préenregistrés ont été très bien accueillis du public ; ils ont permis de créer un lien avec les différentes localités francophones de la province et leur qualité n'a pas été critiquée par les téléspectateurs. Les gens n'ont d'ailleurs pas fait de distinction entre les segments tournés par les équipes de TVOntario et ceux tournés par les gens dans leur localité. L'avantage de ces segments était d'« entrer » dans les différents milieux, donc de faire connaître les différentes régions de la province ; ils permettaient de voir ce qui se passe ailleurs et encourageaient la participation. On a mentionné à quelques reprises que ces segments étaient une véritable publicité pour les gens ou les organismes présentés. Enfin, pour les plus curieux, on aimait se voir et on adorait voir ses parents et voisins.

Pour les membres de l'équipe de production, cependant, les segments tournés par les groupes de l'extérieur ont été un véritable cauchemar. La qualité des reportages était souvent très mauvaise, ils arrivaient à la dernière minute et il était presque impossible d'en faire un produit présentable à l'antenne, en particulier pendant les heures de grande écoute.

Plusieurs personnes ont mentionné que les segments leur avaient donné des idées d'activités dans le cadre d'un prochain téléthon. Enfin, quelques personnes interviewées ont mentionné que leur association avait été déçue que leur vidéo n'ait pas été présenté en entier ou qu'ils l'aient manqué à l'écran, ne sachant pas à quelle heure il était diffusé.

SUGGESTIONS

- Continuer à montrer des gens de toutes les régions de la province, hommes et femmes, jeunes et vieux ; porter une attention particulière aux jeunes, qui semblent peu présents à l'écran.
- Ne pas remettre en question l'utilisation de reportages amateurs. Certaines mesures, cependant, devraient être prises pour minimiser les problèmes :
  - Pour assurer une certaine qualité des vidéo soumis, préparer un feuillet d'information sur ce qui constitue une production acceptable et le distribuer à tous les groupes intéressés à produire leur propre vidéo (visuel, son, cadrage, seraient des éléments à couvrir). S'assurer d'y noter que les reportages vidéo seront retouchés par l'équipe technique de TVOntario si elle le juge nécessaire.
  - Donner plus de temps aux participants afin que les reportages ne soient pas livrés à la dernière minute, certains films vidéo demandant beaucoup de travail de la part de l'équipe technique.
  - S'assurer de faire savoir aux intéressés si leur reportage est accepté (en entier ou en partie) ou non, et dans la mesure du possible donner une idée de l'heure approximative de diffusion en ondes.
  - Dans le générique, nommer les auteurs des reportages amateurs.

5.8. AFFICHAGE ÉLECTRONIQUE (chyron)

La très grande majorité des répondants (95 %) ont aimé qu'on fasse apparaître à l'écran le nom des donateurs ainsi que le nom de la ville qu'ils habitent. L'affichage électronique n'est pas nouveau pour les téléspectateurs, ils l'ont vu utilisé maintes fois dans d'autres téléthons. Ils aiment voir leur propre nom et celui des autres et estiment que cela peut inciter les gens à donner. Cela montre que des gens de toutes les régions participent. Bref, c'est amusant de voir défiler ces noms, cela fait plaisir à ceux qui donnent et ne nuit en aucune façon.

Les commentaires négatifs concernent le délai avant que le nom apparaisse à l'écran ; on se demande également si les noms de tous les donateurs apparaissent, même ceux qui donnent des montants peu élevés. Certains disent que ce procédé ne les influence pas du tout, d'autres estiment que c'est bon pour les autres mais que pour eux, c'est « gênant » de voir ainsi apparaître son nom. On apprécie toutefois avoir le choix de voir son nom défiler à l'écran ou non.

Notons qu'une personne a suggéré d'afficher le montant des dons provenant des associations. Selon elle, cela créerait un genre de concurrence entre les différents clubs d'une même association et pourrait rapporter des montants intéressants à La Chaîne.

SUGGESTIONS

- Continuer l'utilisation de l'affichage électronique.
- Soigner l'orthographe des noms et des villes.
- Afin de ne pas décevoir les gens, faire défiler les noms de tous les donateurs qui en ont donné la permission ; si ce n'est pas possible, indiquer aux donateurs que nous ferons notre possible pour que leur nom apparaisse à l'écran.
- Viser une apparition plus immédiate des noms à l'écran.
- S'assurer de ne pas choisir les noms en fonction du montant versé ; également varier selon le lieu de résidence du donateur : différentes régions, urbain et rural, etc.

5.9. PRIMES

Près du tiers des donateurs interviewés avaient contribué suffisamment pour obtenir une prime. La majorité d'entre eux ont affirmé que la prime n'avait eu aucune influence sur leur don alors que plus du quart ont dit qu'ils auraient donné le même montant sans la prime mais que ça leur faisait plaisir de recevoir une prime. Une seule personne a mentionné qu'elle avait donné plus que prévu pour obtenir une prime.

Le quart de ceux qui n'ont pas obtenu de primes ont indiqué qu'ils ne voulaient pas faire de dons aussi élevés, les autre ont dit que les primes offertes ne les intéressaient pas ou encore qu'ils tenaient à ce que la totalité de leur don aille à La Chaîne. Une seule personne était contre l'idée des primes.

Plus de la moitié des donateurs pensaient qu'offrir des primes aux gens qui contribuent un certain montant au téléthon, était une bonne idée, le tiers que cela ne les dérangeait pas et les autres que ce n'était pas approprié.

Dans leurs commentaires, les gens ont mentionné qu'ils aimaient avoir le choix de recevoir des primes ou non, ils estiment que c'est un appât intéressant et que cela peut inciter les gens à donner plus.

Les primes n'étaient pas tellement mises en évidence, certains donateurs ne savaient même pas qu'il y avait des primes ou les ont vues trop tard. Certains ont suggéré de donner *Signal* à tous les donateurs, peu importe le montant donné.

On l'a vu plus tôt, la présentation des primes n'est pas facile pour tous les animateurs : ils n'étaient pas préparés, ne connaissaient pas bien les primes et n'avaient pas d'aide-mémoire pour les aider.

Tableau 5
Les primes

Incidence de la prime sur les dons (18 personnes ont indiqué avoir obtenu une prime)

	(n)	(%)
Je n'aurais pas fait de don s'il n'y avait pas eu de prime.	--	--
Sans la prime, j'aurais quand même donné le même montant à La Chaîne mais ça me plaît bien de recevoir une prime.	5	27
Sans la prime, j'aurais donné un somme moins élevée à La Chaîne.	1	7
La prime n'a eu aucune incidence sur mon don.	11	59
Sans opinion.	1	7

Raisons pour lesquelles les gens ont refusé les primes offertes
(37 personnes ont indiqué ne pas avoir obtenu de primes)

	(n)	(%)
Les primes ne m'intéressaient pas.	9	24
Je voulais que l'ensemble de mon don aille à La Chaîne.	8	22
Je ne voulais pas faire de don aussi élevé.	15	40
Je suis contre l'idée d'une prime.	1	3
Autre.	4	11

Réactions à l'idée d'offrir des primes aux gens qui contribuent un certain montant au téléthon (N = 61)

	(n)	(%)
Je trouve que c'est une très bonne idée.	32	53
Ça ne me dérange pas.	19	31
Je trouve que ce n'est pas approprié.	10	16

SUGGESTIONS

- Informer les téléphonistes bénévoles sur les différentes primes offertes, ne pas oublier de leur indiquer qu'il est important de signaler au donateur qu'une partie du montant sera déduite du reçu d'impôt. Lorsqu'un don élevé est offert, l'énumération de toutes les primes auxquelles il donne droit devient longue et constitue une perte de temps pendant les périodes occupées. Regrouper les primes par catégorie d'âge et mentionner d'abord ces catégories pourrait partiellement remédier à la situation.
- Mettre les primes en valeur à l'écran. Une belle présentation peut aider à convaincre un téléspectateur incertain.
- S'assurer que les animateurs savent « vendre » les primes, sans exagérer pourtant car les primes ne sont pas le centre d'intérêt de ce téléthon.

5.10. MOTIVATION À PARTICIPER

Pour les donateurs et les bénévoles de l'extérieur de TVOntario, la raison majeure qui a motivé leur participation est directement liée à leur attachement à la langue française et à ce qu'ils appellent « la cause », la sauvegarde de la langue et de la culture française. Un deuxième élément de motivation consiste en leur soutien pour La Chaîne elle-même, leur télévision de langue française en Ontario. Un troisième élément tout aussi important, qui a motivé certains bénévoles, est social : on espérait par cet exercice s'intégrer à la francophonie, surtout pour les nouveaux arrivants, rencontrer d'autres francophones, se faire des amis peut-être. Enfin, quelques-uns ont noté leur curiosité face aux coulisses d'un téléthon et d'une production.

La participation des organismes de la communauté découle généralement de leur mandat appuyer toute activité liée à la survie de la francophonie ontarienne.

Enfin, pour les bénévoles de TVOntario et les membres de l'équipe technique, il s'agissait de soutenir La Chaîne, de rencontrer des personnes d'autres services et, pour ceux qui ne travaillent pas habituellement dans les services de production, de voir comment se fait une production télévisuelle, derrière la caméra.

5.11. INTENTIONS FUTURES

Bénévoles, donateurs, associations et conseillers sont presque unanimes à vouloir répéter l'expérience si La Chaîne décide de produire un autre téléthon. L'expérience est jugée valable, valorisante et enrichissante. Les représentants d'associations qui indiquent que « ça dépend » (26 %) ne savent pas s'ils seront alors disponibles ou quelles seront les priorités de leur association ou du conseil étudiant de leur école. Cette attitude très positive face à un prochain téléthon est très prometteuse. Notons toutefois que certains ont indiqué qu'ils espéraient ne pas être sollicités trop souvent.

Tableau 6
Intérêt pour un futur téléthon

Si La Chaîne présentait de nouveau un téléthon l'an prochain, seriez-vous toujours intéressé à y contribuer financièrement ?

	(%)
Oui, certainement.	98
Ça dépend.	2
Non, certainement pas.	--

Si La Chaîne présentait de nouveau un téléthon l'an prochain, votre association serait-elle toujours intéressée à y participer ?

	(n)	(%)
Oui, certainement.	12	63
Ça dépend.	5	26
Non, certainement pas.	0	--
Sans réponse.	2	11

5.12. PUBLICITÉ

Un des éléments les plus critiqués est la publicité, ou plutôt le manque de publicité entourant le téléthon. La plupart des personnes interviewées avaient entendu parler du téléthon soit par hasard, en « pitonnant », soit en regardant une émission sur les ondes de La Chaîne. Quelques personnes avaient été informées par des amis, d'autres avaient vu de la publicité écrite dans les journaux. Deux personnes avaient lu un article dans un journal et une personne avait entendu une publicité à la radio. Personne n'a mentionné les affiches. Plusieurs ont noté que de nombreux francophones de leur entourage ne savaient pas qu'il y avait un téléthon pour La Chaîne.

D'autre part, 14 personnes (22 %) avaient reçu à la maison une lettre de TVOntario annonçant le téléthon et demandant leur contribution financière. Selon les répondants, ils savaient déjà qu'un téléthon se préparait et cette lettre n'a pas eu d'effet direct sur le fait qu'ils aient contribué. Il ne faudrait cependant pas sous-estimer l'effet de rappel ou d'annonce de cette correspondance.

Tableau 7
Publicité

Comment aviez-vous entendu parler du téléthon ?

	(%)
En « pitonnant »	48
Publicité à la télévision	45
Amis, connaissances	19
Publicité dans les journaux	9
Articles dans les journaux	3
Publicité à la radio	2
Affiches	--

Aviez-vous reçu à la maison une lettre de TVOntario annonçant le téléthon et demandant votre contribution financière ?

	(%)
Oui	22
Non	78

SUGGESTIONS

- Mieux annoncer le téléthon dans les journaux, quotidiens et hebdomadaires locaux, et dans les guides de télévision, francophones et anglophones.
- Faire la promotion du téléthon sur les ondes de La Chaîne mais également sur les ondes de TVO.
- Faire plus de promotion dans les centres culturels, dans les écoles et auprès des associations francophones communautaires. Les caisses populaires et les centres commerciaux sont aussi suggérés.

5.13. DÉFIS

Un des points forts du téléthon de La Chaîne est sans contredit les défis lancés spontanément de partout dans la communauté francophone. Ces défis constituaient un élément de surprise qui n'a cessé d'étonner les gens. On appréciait le caractère immédiat, interactif de ces défis, tout en constatant son efficacité : les gens répondaient et, à ne pas négliger, contribuaient financièrement. Jamais les téléspectateurs interviewés n'avaient vu ces défis dans d'autres téléthons ou campagnes de levée de fonds.

SUGGESTIONS

- Exploiter davantage ce succès : défis entre associations, entre écoles mais également entre compagnies privées.
- Attention de ne pas exploiter à outrance ces défis, il y a une limite à leur efficacité. C'est leur spontanéité qui semble en avoir fait un succès.

5.14. TIRAGES

On a obtenu peu de commentaires de la part des téléspectateurs sur les tirages, sinon que les prix étaient intéressants. Les bénévoles, cependant, ont beaucoup critiqué les règles à suivre : on ne savait pas quand les tirages commençaient, ni quand ils finissaient ; on ne savait pas qui était admissible ; les règlements semblaient changer selon la personne à qui on s'adressait.

SUGGESTIONS

- Continuer de faire des tirages mais en revoir la formule.
- S'assurer que les règlements sont clairs et simples pour que tous les bénévoles puissent les suivre facilement : qui est admissible pendant combien de temps, etc. Ces renseignements devraient être présentés pendant la période de préparation des bénévoles.

5.15. SPECTACLE

L'idée de présenter un spectacle à l'antenne de La Chaîne pendant le téléthon est venue à l'esprit de plusieurs : un élément de fête en direct, de quoi attirer des téléspectateurs, les intéresser et les divertir. L'idée cependant n'a pas plu à tout le monde. Certes tous souhaitent plus de musique, de chansons à l'écran, mais pas nécessairement sous la forme d'un spectacle. On semble préférer l'idée d'invités des chanteurs et des artistes francophones qui chanteraient, bien sûr, mais qui parleraient aussi aux téléspectateurs ; leur présence montrerait qu'eux aussi soutiennent La Chaîne et la francophonie.
Certains suggèrent de combiner extraits d'émissions et extraits de spectacles : chanteurs connus et appréciés, mais pas exclusivement ontariens ; des jeunes de la relève.

L'équipe technique a montré beaucoup de réserve face à un spectacle : ça coûterait cher et serait un véritable casse-tête. De plus, pour minimiser les coûts, les artistes devraient eux aussi faire du bénévolat, offrir leurs services gratuitement, ce qui ne sera peut-être pas facile à obtenir d'eux.

SUGGESTIONS

- Explorer davantage l'idée de présenter un spectacle.
- Si on présente des chansons, s'assurer de les présenter en entier, de ne pas les couper.

6. SOUS-GROUPES PARTICULIERS

6.1. TÉLÉPHONISTES BÉNÉVOLES - extérieur de TVOntario

De façon générale, les 20 bénévoles de l'extérieur interviewés ont apprécié leur expérience de téléphonistes. Ils ont senti qu'ils faisaient vraiment partie de l'événement. Ils ont bien aimé parler aux téléspectateurs. Ils ont trouvé passionnant de voir ce qui se passe derrière les caméras et ont éprouvé une véritable satisfaction à « faire quelque chose » pour la francophonie.

Le feuillet d'explications placé sur les tables de travail était bien fait mais la majorité des téléphonistes n'ont pas eu le temps de le consulter. Certains bénévoles ont même dit ne pas avoir su s'il fallait répondre : « Bonjour, La Chaîne ? » ou « Bonjour, le téléthon ? », etc.

Les commentaires les plus négatifs étaient associés au fait que pour plusieurs d'entre eux il n'y avait pas eu assez de travail, par exemple les vendredi et samedi après-midi. Il y avait trop de bénévoles. On n'a pas aimé devoir faire semblant de répondre aux téléphones dans les moments creux. Notons également que certains ont critiqué le fait qu'à certains moments ils devaient compter le nombre de téléphones inoccupés en criant à tue-tête : c'était déplaisant et déplacé. Enfin, notons que quelques personnes ont dû répondre à des appels qualifiés de difficiles et ne savaient comment réagir, il s'agissait soit de téléspectateurs qui se plaignaient, soit de porteurs de messages obscènes ou tout simplement de joueurs de tours. Une personne a mentionné le manque d'espace sur les tables et le fait qu'il était très difficile d'entendre la conversation au téléphone. Une autre s'est plainte du fait qu'elle avait dû payer le stationnement alors qu'elle s'attendait à ce TVOntario défraie ce coût.

Atmosphère : Chaleur, activité intense, plaisir, grande famille, bonne humeur, complicité, voilà comment les bénévoles ont décrit l'atmosphère qui régnait dans les studios. Ils se sentaient inclus et respectés pour l'aide qu'ils offraient à l'occasion du téléthon.

Préparation : Les commentaires sont partagés. Ceux qui avaient déjà participé aux campagnes de souscription publique trouvaient la préparation adéquate, les nouveaux estimaient qu'il y avait trop de renseignements à assimiler en peu de temps. En général, on notait cependant qu'il y avait toujours quelqu'un à qui demander des explications. On appréciait l'appui des chefs d'équipe, on aurait parfois aimé qu'ils soient plus disponibles, qu'ils demeurent sur place pour donner de l'information entre les périodes de travail. On suggère de mettre l'accent également sur l'importance et la façon de remercier les donateurs.

Horaire : Alors que certains ont apprécié les arrêts aux demi-heures, d'autres auraient préféré travailler pendant des périodes plus longues. Plusieurs ont noté que les horaires étaient imprévisibles, que tout pouvait changer au dernier moment ; cela semblait dépendre du chef d'équipe auquel on était assigné. Le système de couleurs des différentes équipes semble avoir bien fonctionné. Il avait l'avantage de rendre les entrées et les sorties de groupes plus organisées.

Repas : Les repas étaient très bons et la salle à manger, propre et spacieuse. Certains se sont plaints d'avoir eu trop de temps pour manger, d'autres pas assez. Il semble qu'il y avait des écarts importants dans les périodes de temps allouées pour les repas.

SUGGESTIONS

- Prévoir des réponses pour les appels difficiles.
- Il est évident qu'il y aura encore dans le prochain téléthon des périodes plus lentes et d'autres plus occupées, cela est inévitable. Avertir les bénévoles que des périodes sont lentes, les après-midi par exemple, de sorte qu'ils ne soient pas trop déçus.
- Pendant la période de préparation, prévenir les bénévoles qu'ils devront peut-être faire semblant de répondre au téléphone devant les caméras et que cela est normal et nécessaire.
- S'assurer que les chefs d'équipe présentent le feuillet d'explications pendant la période de préparation.
- Rendre les chefs d'équipe plus présents, disponibles, et cela même pendant les périodes de repos.

6.2. RECRUTEMENT DES BÉNÉVOLES

Tous les commentaires concernant le recrutement des bénévoles, autant à l'intérieur qu'à l'extérieur de TVOntario, se regroupent en deux catégories :

- manque de planification : on a mal prévu le besoin de bénévoles de sorte que l'on a accepté puis rejeté l'offre d'aide des bénévoles, pour ensuite revenir sur sa décision à la dernière minute.

- plusieurs bénévoles ont l'impression que le recrutement à TVOntario s'est fait presque exclusivement auprès des employés de La Chaîne, alors que ce sont souvent les employés des autres services de TVOntario qui ont « dépanné » dans les moments difficiles.

SUGGESTIONS

- Prévoir un coup de fil de rappel à tous les bénévoles, en particulier à ceux de l'extérieur, deux ou trois jours avant le téléthon pour vérifier s'ils sont toujours intéressés et disponibles.
- Pour faciliter la tâche des responsables du recrutement, leur faire connaître l'heure des pauses au moins deux semaines à l'avance (comme pour les campagnes de souscription publique).
- Dans le recrutement des bénévoles de TVOntario, autant les téléphonistes que les chefs d'équipe, s'assurer d'informer tous les services de TVOntario afin de permettre à tous de se porter volontaires.

6.3. ASSOCIATIONS

Les représentants des 19 associations interviewés dans le cadre de cette évaluation ont été très heureux de participer au téléthon. Ils ont organisé des activités de levée de fonds et, dans toutes les étapes de développement de leur projet, n'ont éprouvé que peu de difficulté. Ils n'ont que des éloges pour les représentants de TVOntario avec qui ils ont eu des contacts : courtois, précis et chaleureux.

Plusieurs ont indiqué qu'ils n'avaient pas eu assez de temps pour bien planifier et organiser leur activité. Ils ont également noté que certaines activités n'avaient pas remporté autant de succès qu'escompté à cause de la situation économique difficile. Certains ont été déçus que leur activité n'ait pas été enregistrée sur vidéo, les équipes de tournage de TVOntario n'étant pas disponibles.

Les activités organisées étaient variées : bingos, soupers, danses, carnavals, encans, spectacles (théâtre, peinture, ballet, concert de musique classique). La plupart organiseraient les mêmes activités lors d'un éventuel téléthon. Dans les écoles, tout dépendrait des priorités du conseil étudiant.

SUGGESTIONS

- Pour aider les organisateurs à mieux planifier leur activité, prévoir plus de temps entre l'annonce des dates du téléthon aux associations et le téléthon lui-même.
- Continuer à contacter les associations par téléphone d'abord (plus chaleureux et plus direct) puis par lettre (confirmation).
- Continuer les présentations aux « organismes chefs » : très efficaces et très appréciées ; excellente façon de transmettre l'information aux différentes sections de ces organismes.
- Indiquer aux organismes si leur activité sera filmée par les équipes de tournage de La Chaîne et surtout ne pas changer d'idée.
- Contacter les écoles dès septembre, puisque c'est à ce moment que sont planifiées les différentes activités de l'année.

Tableau 8
Les associations

Êtes-vous satisfait(e) des résultats de cette (ces) activité(s) ?

	(n)	(%)
Oui, tout à fait	11	58
Oui, en partie	5	26
Non	0	–
Sans réponse	3	16

Vos contacts avec le personnel de TVOntario étaient-ils...

	(n)	(%)
Très satisfaisants	16	84
Assez satisfaisants	0	–
Peu satisfaisants	0	–
Pas satisfaisants du tout	0	–
Sans réponse	3	16

De quelle façon vous avait-on contacté(e) ?

	(n)	(%)
Par téléphone	6	32
Par lettre	3	6
Les deux ou autre	10	52

Est-ce que votre (vos) activité(s) a (ont) été présentée(s) à la télévision ?

	(n)	(%)
Non	10	52
Oui	9	48

Qu'avez-vous pensé de cette (ces) présentation(s) ? (n = 9)

	(n)	(%)
Très satisfait(e)	7	8
Plutôt satisfait(e)	2	22
Plutôt insatisfait(e)	0	–
Très insatisfait(e)	0	–

Avez-vous vu certains segments d'autres associations présentés pendant le téléthon et qui avaient été tournés dans la province ?

	(n)	(%)
Non	9	37
Oui	7	47
Sans réponse	3	16

Si La Chaîne présentait de nouveau un téléthon l'an prochain, votre association serait-elle toujours intéressée à y participer ?

	(n)	(%)
Oui, certainement	12	63
Ça dépend	5	26
Non, certainement pas	0	–
Sans réponse	2	11

6.4. ÉQUIPE TECHNIQUE

Des commentaires sur certains aspects techniques associés au téléthon ont été apportés par des membres de l'équipe technique et par les bénévoles de TVOntario qui leur ont prêté main-forte. Ils mettent en évidence les problèmes qui devraient être corrigés si un autre téléthon devait avoir lieu.

Ainsi, on note que :

- plusieurs personnes dans l'équipe technique n'avaient pas suffisamment d'expérience dans le « direct » ;
- des décisions de dernière minute ont créé de la panique inutilement, panique qui aurait pu être évitée si on avait mieux planifier ;
- certains responsables n'arrivaient pas à déléguer certaines tâches, ce qui a causé des retards inacceptables ;
- il n'y avait pas assez de personnes affectées à la réalisation et à la production pour un événement de cette envergure ;
- les cartons aide-mémoire préparés en catastrophe n'ont même pas été utilisés alors que les animateurs en auraient eu besoin ;
- les tâches et responsabilités de chacun et chacune n'étaient ni claires ni connues de tous ; on a perdu des moments précieux à chercher qui était responsable de telle ou telle fonction ;
- les membres de l'équipe technique étaient difficiles à joindre, on ne savait jamais où les trouver ;
- le rôle de régisseur de plateau est difficile et stressant, en particulier dans les productions en direct et lors qu'il y a beaucoup d'improvisation ; il est d'autant plus important d'avoir quelqu'un qui garde son calme, qui soit patient, encourageant et qui ait peut-être le sens de l'humour. De nombreuses critiques à l'endroit du régisseur ont été relevées par plusieurs, bien que d'autres aient pris sa défense.
- Un sentiment d'injustice a été ressenti par plusieurs comme certains travaillaient à titre de bénévoles alors que d'autres touchaient même des heures supplémentaires.

SUGGESTIONS

Mieux planifier, communiquer davantage entre les responsables, définir et assigner clairement les tâches, voilà autant de mesures à prendre pour améliorer la situation. Plus spécifiquement, il serait important de porter attention aux suggestions des membres de l'équipe technique :

- Utiliser des walkie-talkies pour tenter de remédier aux problèmes de communication.
- Organiser une rencontre pour présenter tout le monde engagé dans le projet, décrire les tâches et rôles de chacun. Cela aura l'avantage de créer un climat de confiance, de faire savoir à qui s'adresser en cas de problème et, peut-être, d'encourager les gens à déléguer plus de tâches.
- Examiner de près la division bénévole / employé payé (en particulier pour les heures supplémentaires qui coûtent très cher) ; s'assurer d'être le plus juste possible.
- S'assurer de clarifier les rôles et tâches de chacun ; revoir le partage des tâches.
- Profiter au maximum des personnes qui ont de l'expérience dans la télévision en direct.
- Prévoir des rencontres régulières, et cela le plus tôt possible, entre les membres de l'équipe technique attachée au téléthon.
- Vu l'exiguïté des lieux, revoir le choix du studio. Dans la mesure du possible, permettre l'utilisation d'une caméra mobile afin de varier les angles de caméra.
- Pour éviter les ennuis de dernière minute, réserver des salles de montage plusieurs mois à l'avance.
- Revoir à qui devrait incomber la responsabilité de « recruter » les coanimateurs. Si ces derniers sont bénévoles, le directeur du secteur de programmation de qui ils relèvent pourrait s'assurer de leur collaboration.

6.5. CONSEIL CONSULTATIF

Les deux membres du conseil consultatif interviewés ont eux aussi apprécié l'expérience du téléthon. Ils sont très satisfaits des contacts qu'ils ont eus avec les gens de TVOntario. Une période de deux mois leur semble adéquate pour mener à bien leur travail. S'ils avaient eu plus de temps, ils auraient cependant joint encore plus d'associations. Ils ont apprécié les informations concernant les façons d'aborder les écoles de leur région. Ils auraient bien aimé recevoir des informations similaires pour les associations communautaires ainsi que des modèles de lettre de remerciement. Ils auraient aimé communiquer aux associations la date et l'heure de diffusion de leur activité respective. Ils estiment qu'ils devraient utiliser du papier à en-tête de La Chaîne.

6.6. COORDINATION DES ACTIVITÉS COMMUNAUTAIRES

Vu la spécificité de ses tâches, la coordonnatrice des activités dans les localités a été en butte à des difficultés particulières. Bien qu'elle ait elle-même préparé un rapport d'évaluation, il semble intéressant de relever quelques idées émises lors de notre entrevue avec elle.

- Il y a trop à faire pour une seule personne : contacts, présentations, discussions, organisation, secrétariat, suivi avec les associations.
- Il faudrait plus de temps pour entreprendre des pourparlers avec des commanditaires.
- Il faudrait contacter une variété de regroupements communautaires : aînés, groupes sportifs, etc.
- Il faudrait plus de continuité dans les contacts avec les autres services de TVOntario, assigner une personne attitrée (communications, recherche et évaluation, etc.).
- Il serait plus efficace que la coordonnatrice travaille dans un espace physiquement plus près de la production ; en effet, les contacts avec la production sont fréquents.
- Le téléphone, rapide et efficace, demeure l'outil par excellence pour initier les contacts avec les associations.
- Il faudrait prévoir un budget cadeau pour remercier les associations.

7. CONCLUSION

Le téléthon de La Chaîne visait plusieurs buts, lever des fonds, bien sûr, mais aussi fidéliser et même élargir son public, faire connaître la programmation de La Chaîne et enfin créer un impact dans la communauté francophone ontarienne en permettant une meilleure connaissance de la communauté et des organismes franco-ontariens. Cette évaluation du téléthon a permis d'explorer l'impact du téléthon dans la communauté et le niveau de connaissance de La Chaîne par les téléspectateurs.

Il n'y a aucun doute, le premier téléthon de La Chaîne a été un succès dans l'esprit des personnes interviewées dans le cadre de cette évaluation. Autant chez les donateurs que chez les bénévoles et les différentes parties engagées dans l'organisation du téléthon, ce dernier a créé un enthousiasme certain et, fait à ne pas négliger, tous sont clairement intéressés à participer de nouveau à un prochain téléthon. On affirme mieux connaître la programmation de La Chaîne grâce à la présentation d'extraits d'émissions et également mieux connaître la communauté francophone dispersée aux quatre coins de la province. Il va sans dire qu'il y aura tout de même des modifications à apporter pour rendre un deuxième téléthon encore plus efficace. Alors que le premier semblait bâti sur la créativité et la spontanéité, le prochain devra plutôt miser sur une planification sûre afin de limiter les situations de panique et les décisions de dernière minute.

Certes les résultats suggèrent que le téléthon est viable comme véhicule de levée de fonds dans la communauté franco-ontarienne. Il faut cependant se rappeler que les avantages d'un téléthon et son impact à long terme dans la communauté ne pourront être examinés qu'après un deuxième téléthon.

Comme tout événement fondé en grande partie sur le bénévolat, on note certains problèmes : trop de travail pour trop peu de personnel, manque de temps, manque de planification. Le premier téléthon a créé des attentes chez les gens ; la nouveauté ne saura excuser les problèmes et les erreurs d'un deuxième téléthon.

Selon les répondants, ce téléthon était un téléthon d'adultes. Les jeunes, enfants et adolescents, y étaient peu présents. Étant donné que la programmation pour enfants attire une grande partie de notre clientèle et que ces derniers sont nos donateurs de demain, il serait important de faire plus de place à l'écran aux jeunes Franco-Ontariens.

Pour terminer, mais sans vouloir reprendre les suggestions incluses dans ce rapport, il semble important de réitérer certains points soulevés par les répondants.

- Donner plus de temps aux responsables des différentes composantes du téléthon afin qu'ils planifient mieux leurs activités, qu'ils mènent à bien leurs tâches et qu'ils évitent de devoir prendre des décisions trop rapides.

- Mieux encadrer les animateurs et les invités, en studio et au téléphone. S'assurer qu'ils aient assez d'information pour bien faire leur travail et être plus exact dans les limites de temps imposées.

- Inviter en studio des gens de tous les milieux : personnalités du monde des arts, des affaires, de la politique, de la communauté, etc. Les vedettes du monde de la télévision et des sports sont populaires. On veut voir ces gens s'engager et montrer publiquement leur appui à La Chaîne.

- Continuer à inclure les défis, les tirages et l'affichage électronique qui tous ont remporté un succès auprès des gens.

- Les primes, bien que suscitant peu de commentaires, semblent inciter certaines personnes à donner. La majorité des répondants pensent cependant que le prix à payer est trop élevé. La variété est intéressante : primes pour enfants, jeunes, adultes.

- Les donateurs estiment que la promotion est un élément crucial dans le succès d'un téléthon. Il semble donc important de revoir les méthodes de promotion du téléthon étant donné le peu de succès des affiches et des annonces dans les journaux et à la radio.